

СОВРЕМЕННЫЕ СТАРШЕКЛАСНИКИ В УСЛОВИЯХ ФОРМИРОВАНИЯ КЛИПОВОГО СОЗНАНИЯ: СОЦИОЛОГИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ

Шалагина Елена Владимировна
кандидат социологических наук, доцент
УрГПУ, Екатеринбург
E-mail: elshal96@gmail.com

MODERN PUPILS IN CONDITIONS OF CLIP CONSCIOUSNESS: SOCIOLOGICAL ANALYSIS

Shalagina E.
Candidate of science,
assistant professor of Urals State pedagogical University,
Ekaterinburg.

АННОТАЦИЯ – В статье автор обращается к теме изучения причин и особенностей у современных старшеклассников проявления феномена «клипового сознания», в условиях которого формируется их новая когнитивная реальность. Именно с ней сталкивается сегодня система образования в области организации образовательной деятельности, что требует поворота к личности старшеклассника как особому субъекту образовательного процесса. Автор приводит данные конкретных социологических исследований, позволяющие продолжить дискуссию о новых реалиях, вносимых в образование информационным обществом.

ABSTRACTS – This article examines the social interaction in in the sphere of contemporary system of education in Russia in conditions of new cognitive reality. In terms of theory, the article calls attention to researching new type of modern thinking in different elements of educational system, which is connected with Net knowledge, «clip consciousness». This paper describes important issues on the topic and describes results of the research. This discussion continue the topic about new social and cognitive reality: the society of information.

Ключевые слова: клиповое мышление, клиповое сознание, когнитивная реальность, интернетзнание.

Key words: clip thinking, clip consciousness, cognitive reality, netknowledge.

В 1990-х гг. научное мировое сообщество все чаще стало фиксировать происходящие с человеческим сознанием изменения, которые были обозначены в исследованиях через понятие «клиповое мышление» и изучалось в самом широком когнитивном пространстве психологами, педагогами, культурологами. Обратимся к его особенностям и рассмотрим появление данного феномена как социального явления. Обсуждаемый предмет представляет собой особый вектор в развитии отношений человека с информацией, который возникает в конце XIX в. Можно выделить ряд причин, усугубляющие конфликт между традиционной культурой и клиповым мышлением, который проявился сегодня в большей степени и, прежде всего, в системе образования.

Известный культуролог К. Г. Фрумкин выделяет пять ключевых факторов, породивших сознание нового типа и формирование носителя «клипового мышления»: ускорение темпов жизни и возрастание объема информационного потока, потребность в актуальной информации и увеличение ее разнообразия, необходимость быстрой и одновременной ориентации в различных информационных полях, а также демократизация и диалогичность социальных систем. Эти обстоятельства породили особую культуру восприятия информации, которую Фрумкин обозначает понятием альтернативной культуры (от слова «альтернатива» – «чередование») [7, С.83]. Ее родовые черты: высокая фрагментарность информационного потока, большое разнообразие и полная разнородность поступающей информации и навыков

быстрого переключения между фрагментами. Альтернативное мышление и культура опирается на дефицит времени и прагматику в получении информации.

Таким образом, клиповое мышление предполагает развитие одних когнитивных навыков за счет других. Безусловным является факт: сильная сторона «поколения I» (Internet Generation), воспитанного в эпоху бума компьютерных и коммуникационных технологий, – их возросшая способность к многозадачности. Дети Интернет-поколения одновременно могут слушать музыку, общаться в чате, бродить по сети, редактировать фотографии, выполняя при этом домашние задания по учебным предметам. Но обратной стороной способности к многозадачности становятся рассеянность, гиперактивность, дефицит внимания и предпочтение визуальных символов логике и углублению в текст. Обратившись к историческому анализу истоков описываемых явлений и процессов, можно сказать: сегодня на наших глазах начинается исполнение пророчества канадского философа М. Маклюэна, что развитие электронных средств коммуникации вернет человеческое мышление к дотекстовой эпохе, и линейная последовательность знаков перестанет быть базой нашей культуры [2, С.77]. Феномену «клипового сознания» посвящен целый ряд конкретных социологических исследований. Ранее в наших работах мы обращались к их обзору [8, С.37-41]. Особый интерес для нас представляли результаты, полученные специалистами научной социологической лаборатории Вятского государственного гуманитарного университета в 2009 г. [3, С.53-59]. Поскольку они явно коррелируют с выводами, полученными уральскими социологами в 2007 г. когда специалисты кафедры теоретической и прикладной социологии факультета социологии УрГПУ организовали и провели масштабное социологическое исследование по заказу Министерства общего и профессионального образования Свердловской области, получившее название «Ценностные ориентации выпускников полных средних образовательных учреждений». Это исследование нашло свое продолжение в исследованиях 2011 – 2013 гг. (тема «Изучение уровня социальной напряженности в образовательных средах Свердловской области», научный руководитель проекта – Шапко И.В., участники научного коллектива – М.А.Арапова, Л.Е., Петрова, Е. В. Прямикова, Е. В. Шалагина)

Итак, обратимся к некоторым результатам, полученным в ходе реализации вышеуказанных научных проектов. Интерес представляет область изучения навыков и возможностей использования компьютерных технологий у разных групп наших респондентов

Таблица 1

Навык обращения с компьютерными технологиями (в % по группам)

Уровень развития навыка обращения с компьютерными технологиями	Учителя	Выпускники	Родители
Вообще не умеют работать с компьютером	22,6	4,2	36,4
Умеют работать на компьютере, но не в Интернет	44,6	38,4	37,1
Умеют работать в Интернет	26,1	39,2	21,1
Умеют работать не только в Интернет но и в локальных сетях	6,7	18,2	5,4
Итого:	100	100	100

Таблица 2

Цели выхода в Интернет

Цели выхода в Интернет	Учителя	Выпускники	Родители
Читают новости	21,4	16,6	34,1
Посещают интересные, важные для себя сайты	38,1	44,5	40,5
Ищу научную информацию для учебы или для работы	76,1	53,4	44,7
Играют в сетевые игры	0,3	9,7	0,0
Скачиваю музыку, картинки или видео файлы	2,7	29,3	6,8
Общаются на форумах и (или) в чатах	4,9	24,9	3,5
Пытаются найти работу или заработать в Интернет	1,7	2,2	2,9
Занимаются Веб-серфингом	5,0	9,9	5,5
Содержат собственный сайт или сервер	0,0	3,1	0,0

Таким образом, можно привести следующие выводы, сделанные нами по полученным в ходе исследования материалам:

1. Современный школьник больше включен в «киберкультуру» (т.е. во взаимодействие с сетевыми технологиями), чем представители старшего поколения. Школьники обладают более развитым, по их самооценке, навыком обращения, как с компьютерной техникой, так и с сетью Интернет. Это увлечение Интернет носит характерную гендерную окраску, поскольку юноши обладают в связи с этим более развитыми навыками и чаще выходят в сеть.
2. По мере увеличения опыта взаимодействия с компьютерной техникой и Интернет индивид начинает обращаться к различным видам деятельности в сети. Для большинства опрошенных (как для старшего поколения, так и для молодежи) основной целью выхода являются поиск необходимой информации. Характерным отличием современного школьника активно работающего в сети Интернет является направленность на терминальные ценности развлечения и общения.

Описывая особенности современной информационной культуры выделенных нами групп респондентов, невозможно не обратиться к предпочитаемым ими средствам массовой информации. Прежде всего, отметим, что они довольно единодушны в выборе приоритетных средств массовой информации. Согласно полученным данным, абсолютное большинство респондентов (98 %) являются телезрителями, чуть меньшая часть (85 %) – читателями и 57 % опрошенных обозначили себя в качестве слушателей. Важным для социологов был вопрос о предпочтениях в выборе каналов, станций и т.д. Исследование показало, что безусловным лидером «смотрибельности» у всех групп респондентов является «Первый канал». Это обусловлено многими причинами, в том числе, и технологического свойства. В то же время, телеканал «Россия», обладающий, может быть, немногим меньшим технологическим ресурсом оказался в зоне дифференцированного внимания респондентов. Старшее поколение (учителя и родители) делят свое внимание между первым, вторым каналами и отчасти, НТВ, в то время как младшее – свое внимание сосредотачивает на развлекательных каналах – TNT, СТС, всевозможные музыкальные телеканалы.

Обращает на себя весьма низкий рейтинг не только телеканала «Культура», что вполне понятно и не требует специальных объяснений, но и местных телекомпаний – ОТВ, 41 канал и др. Причем, эта тенденция свойственна всем группам респондентов.

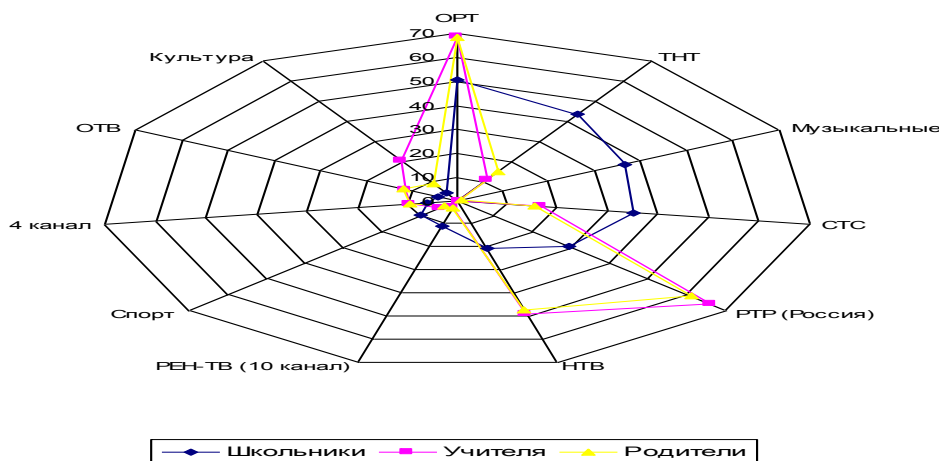


Рис. 1. Предпочитаемые телеканалы: школьники-учителя-родители

Предпочтения респондентов в радиоинформации на первый взгляд тоже весьма неоднородны. Школьники отдают пальму первенства «Европе+» и «Хит ФМ», учителя – «Маяку» и «Европе+», а родители – «Европе+», «Шансону», «Маяку» и «Радио СИ». При этом ясно, что с точки зрения характера информации – все перечисленные каналы, за исключением «Маяка», это музыкально-развлекательные радиостанции. Они находятся в

зоне приема практически на территории всей области, принимаются на коротких частотах и в силу этого доступны любой социальной группе. С точки зрения предмета нашего исследования различия между «Европой+» и «Радио СИ» минимальны. Хотя, возможно, было бы целесообразным проведением специального исследования контент-аналитического характера относительно транслируемых предпочитаемыми радиостанциями ценностных ориентаций.

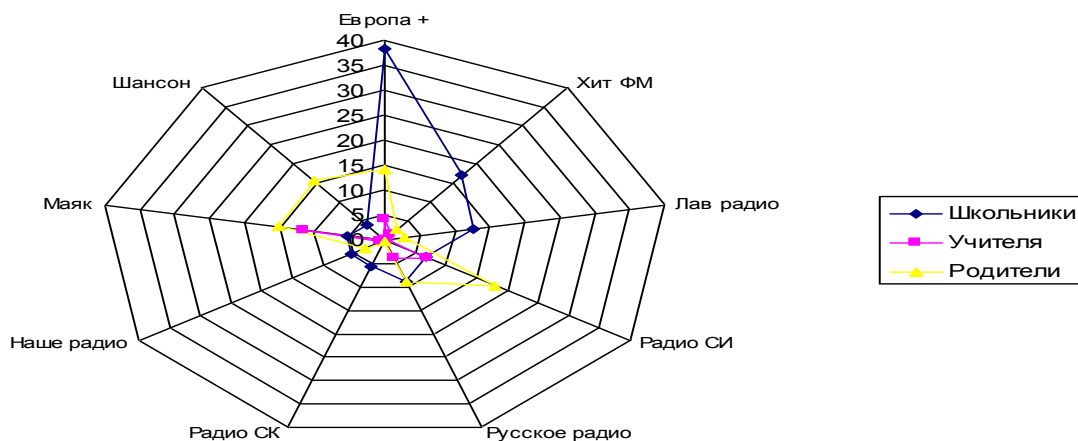


Рис. 2. Предпочитаемое радио: школьники-учителя-родители

Свои предпочтения среди печатных средств массовой информации респонденты распределили следующим образом: старшее поколение читает по преимуществу «АиФ», местные издания (городские, районные газеты), «Комсомольскую правду», издания с телепрограммой и профессиональные издания (в особенности – учителя), младшее – самые разнообразные развлекательные газеты и журналы. В анкетах – они представлены женскими и мужскими журналами, «Космополитен», «Гламур», «Телемир» и т.д.

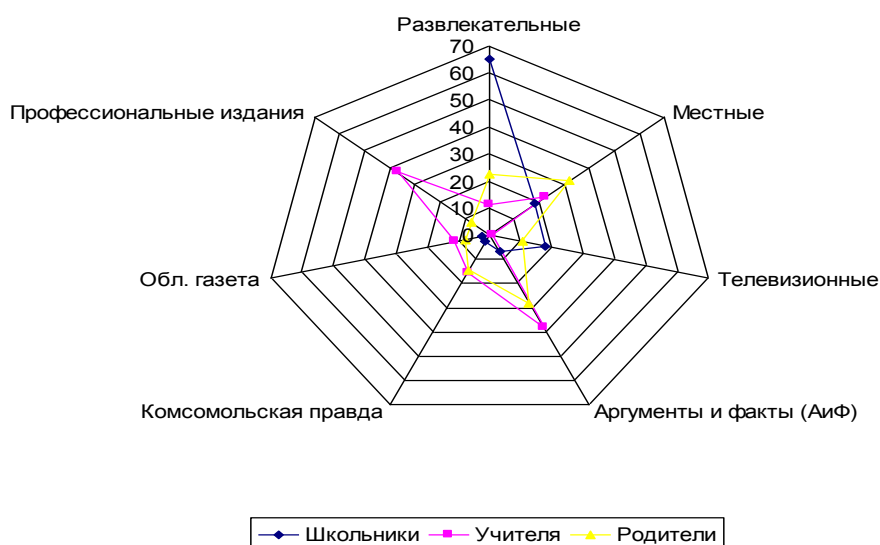


Рис. 3. Предпочитаемые печатные издания: школьники-учителя-родители

Таким образом, подавляющее большинство наших респондентов, как мы видим по результатам социологического исследования, является потребителями информации Общероссийского Телевизионного Канала (ОРТ) и развлекательной продукции, поставляемой всеми средствами массовой информации в самых разнообразных формах и модификациях, что не может не влиять на формирование ценностных ориентаций наших респондентов, и в конечном счете, которые найдут свое отражение в профессиональной ориентации старшеклассников.

Проводя исследования в этом же проблемном поле, социологическая лаборатория государственного университета г.Нижнего Новгорода, вводит понятие «интернетзнания». В своих работах по данной тематике В.П.Козырьков говорит о новой форме существования социального знания – интернетзнании, которое в процессе гносеологического взаимодействия приобретает сложный, трехуровневый характер: сенситивно-символический, обыденный и концептуальный. Наша цивилизация, по его мнению, становится image-oriented, то есть, ориентированной на зрительный образ, что, соответственно, влияет на саму когнитивную реальность, а, в конечном счете, ведет к общему упадку грамотности [1, С.271] В этом смысле клип как форма подачи и восприятия информации прекрасно отражает сложившуюся ситуацию. Это то, что является частью целого и, представляет собой небольшой объект для ограниченного спектра внимания, лимитированного определенными временными и содержательными рамками.

Подводя итоги конкретных социологических исследований, можно выделить ряд особенностей современного типа мышления старшеклассников. Среди них сегодня становятся наиболее значимыми:

- высокая скорость воспроизведения образов;
- отсутствие акцентуации на деталях;
- визуальность;
- имманентность;
- эмоциональность;
- ассоциативность;
- игровой характер знания.

Таким образом, система образования сталкивается сегодня с новой ситуацией в обучении и воспитании, определяемой как особая когнитивная реальность, когда невозможно не принимать в расчет особые механизмы восприятия и обработки информационных потоков, отличающих сегодняшних школьников. Именно они должны дать импульс для развития современной школы и стать основой для инновационных педагогических технологий и методов, организации образовательного процесса, построении взаимодействия педагога и ученика.

Список литературы:

1. Козырьков, В.П. Антропология в системе интернеткоммуникации / В.П. Козырьков // Вестник ННГУ. Сер. "Социальные науки". Вып. 1 (4). Н. Новгород: Изд-во ННГУ, 2005. – С. 269-278;
- Маклюэн М. Телевидение. Робкий гигант//Телевидение вчера, сегодня, завтра, М.: Радио, 1987. Вып.7, с.38.
2. Маклюэн М. Телевидение. Робкий гигант./ М.Маклюэн. Телевидение вчера, сегодня, завтра. – М.: Радио, 1987. – Вып.7, с.77.
3. Митягина Е.В., Долгополова Н.С. «Клиповое сознание» молодежи в современном информационном обществе// Социология и социальная работа. Вестник Нижегородского университета им.Н.И.Лобачевского. Серия Социальные науки, 2009, № 3 (15), с. 53 – 59.
4. Петрова Л.Е. Социальное самочувствие молодежи//Л.Е.Петрова// Социологические исследования. – 2000. - №12. – с.50-55.
5. Прямикова Е.В. Социальные науки в современном образовании: обоснование нового подхода / Прямикова Е.В. // Социально-гуманитарные знания. – 2009. - №6. – с.196-208.
6. Рубина Л.Я. Профессиональное и социальное самочувствие учителей/ Л.Я.Рубина// Социологические исследования. – 1996. - №6. – с.63-75.

7. Фрумкин К. Откуда исходит угроза книге // «Знамя». 2010, № 9, с.83

8. Шалагина Е.В. К вопросу о новой когнитивной реальности/ Шалагина Е.В.//Вестник социально-гуманитарного образования и науки. – 2014. - № 2. – с.37-41.

УДК 314.3:316.752-053.81 (470.5)

АКСИОЛОГИЧЕСКИЕ МЕТОДЫ ФОРМИРОВАНИЯ РЕПРОДУКТИВНЫХ УСТАНОВОК МОЛОДЕЖИ: ОПЫТ УРФО

Шестаков Константин Александрович

кандидат социологических наук, Тюмень

E-mail: shestakov_const@mail.ru

AXIOLOGICAL METHODS OF FORMATION OF REPRODUCTIVE ATTITUDES OF YOUNG PEOPLE: EXPERIENCE IN THE URALS

Konstantin Shestakov

Candidate of Science, Tyumen

АННОТАЦИЯ – Отечественные и зарубежные практики формирования репродуктивных установок молодежи на основе аксиологического воздействия демонстрируют свою эффективность и высокий потенциал использования аксиологического фактора в регулировании репродуктивного поведения¹.

ABSTRACT – Domestic and foreign practice of formation of reproductive attitudes of young people on the basis of axiological effects demonstrate its effectiveness and high potential in the regulation of reproductive behavior.

Ключевые слова: аксиологический фактор; репродуктивные установки, семейные ценности

Keywords: axiological factor; reproductive attitudes, family values

Исследуя зарубежный и отечественный опыт использования аксиологического фактора в регулировании репродуктивного поведения, необходимо отметить, что сегодня перед обществами с модернизированными ценностями стоит сложный вызов необходимости формирования, утверждения, возрождения во многом утраченных традиционных семейных ценностей. Это является необходимым условием стабилизации демографических процессов. При этом СМИ, массовая культура постмодерна, молодежные субкультуры чаще всего оказывают противоположное воздействие, утверждая модернизированные антисемейные ценности. Пример в этом отношении демонстрируют США, не понаслышке столкнувшиеся с катастрофой модернизации ценностей и ее демографическими последствиями. В 1996 г. в результате принятия Закона о реформе социального обеспечения (Welfare Reform Act) на государственном уровне было начато широкое внедрение программ просвещения подростков, основанных на принципе «только воздержание» (программа «TITLE V»), что предполагает формирование представления о воздержании до брака и супружеской верности в браке как единственном правильном выборе. Результативность этих программ в области снижения подростковых беременностей и ЗППП подтверждается медицинской статистикой. Этот пример показывает эффективность аксиологических методов регулирования семейного, в том числе сексуального и репродуктивного поведения.

Потенциал использования аксиологического фактора демонстрирует также социальный эксперимент, проведенный в Екатеринбурге Г. А. Сунгатуллиной. В ходе социального эксперимента по специальному воздействию на ценностные ориентации принимали участие 226 подростков и молодых людей 15-23 лет из городов Свердловской, Челябинской, Пермской областей, Удмуртии и Башкортостана. Программа эксперимента включала в себя инфор-

¹ Редколлегия не может согласиться с мнением, что лекция (даже мультимедийная) серьезно изменяет ценностные установки и репродуктивное поведение молодежи. Статья публикуется в авторской редакции.